

La importancia de un buen desarrollo de una app como modelo de negocio

Erik Leonardo Fajardo Rojas

Universidad Católica de Colombia

Mayo 30 de 2020

Notas del Autor

Erik Leonardo Fajardo Rojas, facultad de Ciencias Económicas, Universidad Católica de
Colombia

Contacto e-mail: elfajardo04@ucatolica.edu.co



Atribución 2.5 Colombia (CC BY 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

Atribución 2.5 Colombia (CC BY 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/co/>

Usted es libre de:

- Compartir: copiar, distribuir, exhibir y comunicar públicamente la obra
- Hacer obras derivadas
- Hacer un uso comercial de esta obra



Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que aprueba el uso que hace de su obra)

Es importante ver el crecimiento en la creación e implementación de aplicaciones y herramientas tecnológicas en la última década, lo cual ha permitido el desarrollo de las Tecnologías de la Información “denominadas TIC”, generando así un impacto importante en los procesos y producción de la economía global. Es una era que trae consigo la Cuarta Revolución Industrial, permitiendo la adquisición de nuevos conocimientos, y nuevas posibilidades de modelos de negocio para las personas que buscan oportunidad de emprendimiento, crecimiento personal y profesional.

De acuerdo a esta realidad, las personas que tienen un pensamiento emprendedor y que persisten en la búsqueda de ser independientes crean estrategias con el fin de tener el control de su propia economía y posicionamiento en el mercado, una de las mayores alternativas para generar ingresos y beneficios es abrirse a las nuevas estrategias de acercamiento a la población incursionando en el desarrollo de herramientas tecnológicas.

Si bien es cierto, la humanidad cada vez más se afianza en el uso de medios tecnológicos que le facilitan la vida en sus ocupaciones, según un estudio hecho por el portal estadístico más importante de Alemania *Statista* que se encarga de estudios de mercado y opinión, así como indicadores económicos y estadísticas oficiales en varios países, arroja un incremento porcentual del 7 % anual del número de usuarios en millones de personas que poseen un celular inteligente, (Smartphone). (Statista, 2020).

Número de usuarios de teléfonos inteligentes a nivel mundial desde 2014 hasta 2019 (*en millones*)

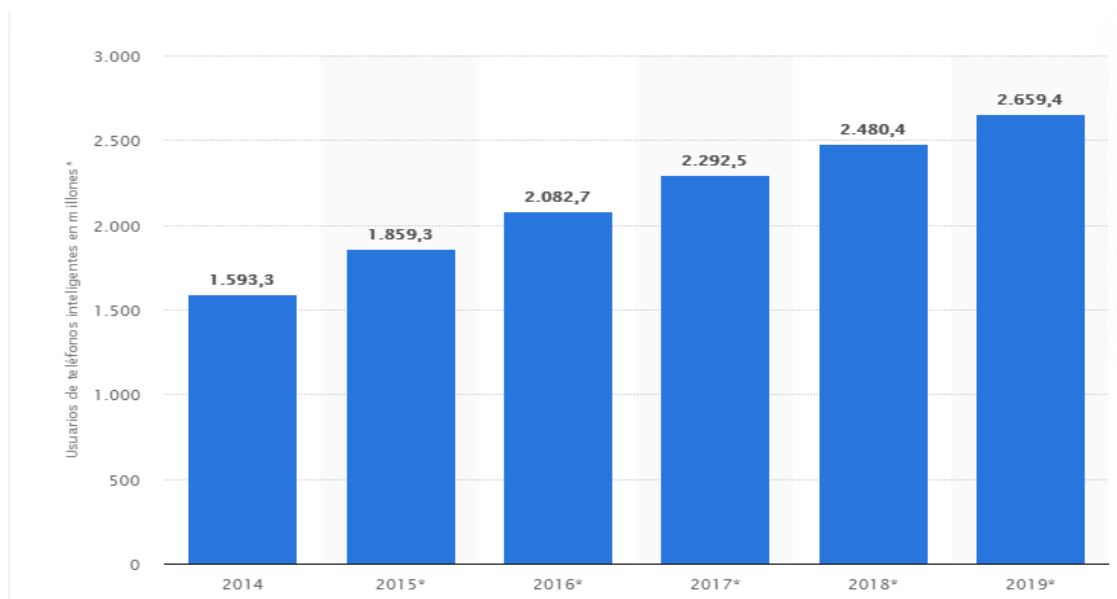


Imagen tomada de <https://es.statista.com/estadisticas/636569/usuarios-de-telefonos-inteligentes-a-nivel-mundial--2019/> © Statista 2020

Con esta información y adquiriendo conocimientos mínimos en desarrollo, el emprendedor se encontrará con un escenario lleno de posibilidades, basados en aplicaciones ya creadas y un sin número de aplicaciones por crear que pueden ser aplicadas como modelos de negocio con el fin de facilitar, entretener o servir a una comunidad o nicho de mercado; No se puede pasar por alto qué tipo de servicio buscará satisfacer al cliente, de esto dependerá el coste de dinero y tiempo que se llegará a requerir para su desarrollo.

Por tal motivo el emprendedor se verá enfrentado a varios cuestionamientos tales como la funcionalidad, el desarrollo y la aplicabilidad, es fundamental una investigación de mercado donde se deberá revisar las conocidas 5P's del marketing: Producto, Precio, Plaza y Partners para lograr una sustentabilidad y fortalecimiento del bien o servicio deseado, teniendo en cuenta que pueda ser un negocio online u offline el cual requerirá de un estudio y un análisis previos de viabilidad, porque todos se rigen por un mercado en el que hay competidores,

barreras de entrada, clientes, necesidades financieras, etc., esto con el fin de evitar la incertidumbre, tener un control de algún tipo de cambio en el proyecto y saber afrontar cualquier situación donde exista un fracaso antes, durante y después de llevarlo a cabo .

Según el Diccionario Biográfico Español de La Real Academia de la Historia se define el termino online como: *“El que está disponible o se realiza a través de internet”*, por otro lado el termino de offline lo define como: *“el que está disponible o se realiza sin conexión a internet”*, como efecto de estos conceptos, cuando se desea implementar un nuevo modelo de negocio basado en una representación organizativa a través de una plataforma online se debe hacer un estudio que requiere análisis previos de viabilidad de acuerdo a las exigencias del mercado en el que existen competidores, barreras de entrada, clientes y necesidades financieras, adicional a esto debe ser flexible, satisfacer o solucionar alguna necesidad y funcionar de manera autónoma, si esta metodología no se lleva a cabo el proyecto fracasaría, lo cual implica la ineficiencia en la planificación del mismo.

Es claro que para enfrentar un mercado globalizado con crecimientos exponenciales podemos pensar en un modelo de negocio online el cual se pueda lanzar al mercado y ser atractivo a nivel comercial, para esto es importante la formalización requerida de manera escrita donde se especifiquen las actividades desarrolladas para conseguir los objetivos esperados. El enfoque es pensar en estrategias de negocio que tengan competitividad y éxito.

De acuerdo a la publicación de la Revista de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Perú en el artículo “Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias” hablan de siete componentes para estructurar un plan de negocios de este tipo enfatizado en un resumen ejecutivo, descripción y visión del negocio, análisis del mercado, planeamiento estratégico, estrategia de comercialización y ventas, análisis del proceso productivo y un análisis económico financiero”.

Dentro de este contexto los modelos de negocio online entran las plataformas digitales donde se facilitan las tareas a través de uno o varios programas, estas son mejor conocidas como apps o aplicaciones; para la creación y desarrollo de una herramienta que se ajuste a estas cualidades nos podemos la base es sustentar la idea en las metodologías que se heredan los conceptos inmersos en cuatro postulados o manifiesto ágil (Beck et al., 2001).

- Desarrollar software que funciona más que conseguir buena documentación
- La respuesta ante el cambio es más importante que el seguimiento de un plan.
- Colaboración con el cliente sobre negociación contractual.
- Individuos e interacciones sobre procesos y herramientas.

No obstante, la metodología de las 5P's debe complementarse con las 6 M's en donde se extrae la concepción de que las aplicaciones móviles deben garantizar el cumplimiento de las necesidades de los usuarios y al mismo tiempo generen ingresos. La 6 M's debe su nombre a los seis atributos que se miden para evaluar el éxito del servicio propuesto: Movement (Movimiento), Moment (Momento), Me (Yo), Multi-user (Multiusuario), Money (Dinero) y Machines (Máquinas) (Abonen, Barret y Golding, 2002).

Con el constante y acelerado cambio de un mundo globalizado en la tecnología las barreras de entrada van cambiando, primero se pensaba en tener una estabilidad de navegación al internet y tener un computador en casa o en un establecimiento que ofreciera este servicio para poder realizar las tareas según las necesidades de cada usuario. desde los años 2.000 el acceso a esta navegabilidad también se podía hacer remota o desde un dispositivo móvil y en la actualidad se suplen necesidades adquiriendo bienes y servicios mediante apps y atendiendo a clientes por medio de redes sociales, a pesar que estos cambios han pasado en menos de dos décadas, la confianza y seguridad cada vez se va afianzando cada vez más con las personas.

Otra de las barreras está en el uso interno de este tipo de plataformas digitales y tienen que ver con los mínimos conocimientos técnicos que se necesiten para desarrollar una app, dentro del campo laboral empresas y emprendedores suelen contratar y utilizar outsourcings para lograr este medio insertar a su organización apps, no necesariamente porque no tengan conocimientos, sino también porque presenta unos factores adicionales que les ofrecen, tales como el mantenimiento, garantía y una capacidad de respuesta más oportuna a la hora de la implementación a lo requerido por el mercado

En cuanto al estudio y ejecución de este modelo de negocio, es importante tener en cuenta la manera como se debe implementar el proceso correspondiente para finalizar este proyecto, según un artículo de investigación de la revista de la Universidad Distrital de Colombia, ilustra una metodología donde se grafica un proceso ordenado y eficiente para el desarrollo de aplicaciones móviles:

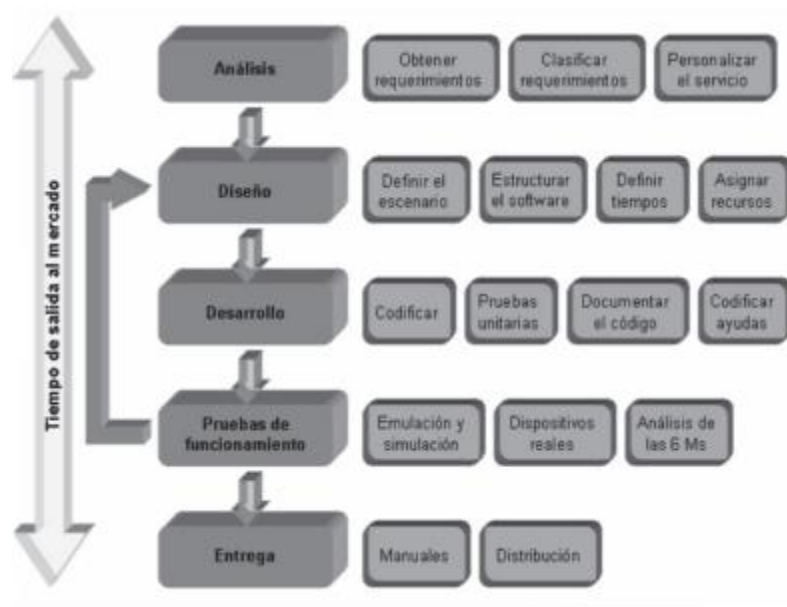


Imagen tomada <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/Tecnura/article/view/6972/8646>

Estos cinco pasos enunciados están representados en la invención para desarrollar la App para salir al mercado, además de la manera como se debería documentar la distribución.

Se debe tener en cuenta que para este tipo de proyectos el emprendedor debe realizar una inversión, ya sea proveniente de sus recursos o financiada por un préstamo, con el fin de recibir la retribución correspondiente, lo cual se encuentra con varios escenarios para promocionar la App.

Según el Informe publicado en el año 2015 de la reconocida plataforma “The App Date” que se encarga de referenciar apps y realidad virtual en los países del habla española asegura que existen los siguientes modelos de app que cuentan con las siguientes características para recibir ganancias: “Apps con modalidades de pago que permiten subir una app a una tienda con un precio estimado. No se sugiere esta modalidad debido que es un mercado hacinado y las posibilidades de ganar dinero son mínimas. Existen las Apps Premium donde los usuarios la descargan gratuitamente y existen contenidos adicionales que se cobran para obtener ganancia. Las apps In house que son desarrollos con un enfoque para terceros, es decir, para el ámbito y entorno empresarial. Por ejemplo, el desarrollo de un CRM (Customer Relationship Management) que consiste en la gestión de relaciones con los clientes no tendría muchos usuarios, pero será usada por los clientes de la compañía. Las Apps de suscripción que son gratuitas y se pagan para una suscripción temporal por servicios y la App por publicidad donde se gana por el mercadeo integrado en las propias apps”. (THE APP DATE , 2015).

Teniendo en cuenta estos factores es importante pensar en la población objetivo y en la decisión que se debe tomar, ya sea en una necesidad para desarrollar apps propias o una app desarrollada para terceros, de manera circunstancial existen las necesidades aún no satisfechas en el mercado y de allí yacen las ideas para realizarlas, por tal motivo se deben transformar en un aplicativo y desarrollarse de manera rápida, con el fin de generar un valor agregado con contenidos y funcionalidades nuevas que se destaquen como ventaja competitiva, además, contar con que esta aplicación se adecue para los sistemas operativos que son utilizados

frecuentemente por la población promedio, ya sea el sistema Android de Google, iOS de Apple Store o Windows Phone de Microsoft y que de tal manera permita ser intuitivo con el dispositivo, teniendo en cuenta características de fácil manejo ofreciendo un valor agregado frente aplicaciones similares. Cabe mencionar esto, debido que los usuarios de iPhone tienen un perfil distinto a los usuarios de Android y a los usuarios de Nokia y a los usuarios de BlackBerry, hablando por los costos con los que se adquieren estos dispositivos, por los temas de fabricación y de funcionalidad.

La ventaja de buscar esta necesidad está fundamentada en que en la actualidad prácticamente se encuentra con una alta demanda, esto permite una estabilidad para entrar a un mercado y hacerse notar en un tiempo más corto confía en él.

Con el internet de las cosas es más viable acceder a la información mediante este canal de comunicación, el cual permite ser más rentable y con él se tiene más acceso para comparaciones de aplicaciones en los que se pueden perfeccionar.

Según lo propuesto, existen pros y contras respecto al desarrollo e implementaciones de apps y de lo que puede llegar a recibir el consumidor, primero los “pros” que están representados con la apertura en el mercado permitiendo la posibilidad de innovación y de generación de emprendimiento, generando conocimientos que se encuentran abiertos a los mercados y que a su vez se pueden llegar a convertir en unos “contra” debido que los generadores de estos modelos de negocios con unos conocimientos técnicos requeridos pueda desarrollar una app pueden llegar a ser de muy bajo requerimiento y calidad para satisfacer la necesidad del consumidor.

De acuerdo a investigaciones hechas por la firma Deloitte reconocida por sus trabajos y proyectos en auditorías y consultorías publicó un informe en el año 2018 que contiene una

serie de encuestas que involucran a un foco poblacional rural y urbano, por género, estados de empleo, con cuentas bancarias, operadores y con dispositivos de acceso para la navegación de internet abriendo la discusión acerca de las fortalezas y amenazas que tienen los teléfonos inteligentes y el consumo móvil en Colombia comprendida en los años 2016-2017 y que, como resultado, se demuestra claramente en el año que las actividades más frecuentes realizadas por las personas están en mirar videos cortos, seguida de los videojuegos, y posterior a estos el consumo de contenidos de música, películas y noticias.

¿Para qué usa regularmente su teléfono?

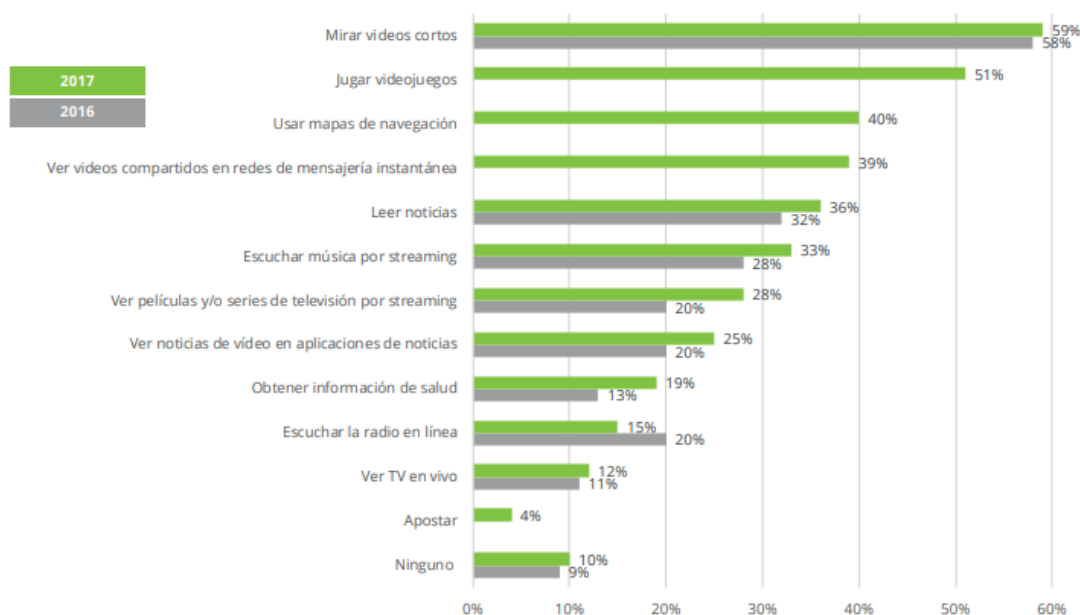


Imagen tomada: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/co/Documents/technology-media-telecommunications/Consumo%20movil%202018.pdf>

Esto indica, la importancia de conocer el mercado a nivel nacional para lograr proyectarse en la implementación de la app.

En cuanto al mercado mundial, cabe mencionar que estudios realizados reflejan un consumo similar al de nuestro país, donde la tendencia de uso de apps de redes sociales está en

el “Top” del consumo, sin embargo The Wall Street Journal afirma que a pesar que se desarrollan y publican este tipo de apps, “existen Compañías como el servicio de taxi Uber Technologies Inc., el de limpieza Handybook Inc. y la plataforma de tareas por contrato TaskRabbit han capturado la imaginación de consumidores e inversionistas porque sus aplicaciones pueden convertir un Smartphone en un control remoto” (THE WALL STREET JOURNAL, 2015) .

También es importante tener en cuenta el coste del mantenimiento de la app, esto es con el objetivo de mitigar la obsolescencia mediante actualizaciones y adicional a esto las recomendaciones que pueden mencionar los usuarios quienes la utilizan, si la demanda suele requerir un desarrollo concreto, se deberá tener una capacidad de respuesta y de recursos.

Otro factor que se deberá tener en cuenta está representado en el diseño de la app, debido que debe ser acorde al contenido y a la funcionalidad presentada que encontraría el usuario, un contenido intuitivo y llamativo a la vista del consumidor.

Adicional a esto se debe evaluar a que plataforma se subirá, si será a todas o a algunas específicamente, por ejemplo, los principales desarrollos se hacen para Android (Android Market de Google), iOS (Apple Store de Apple) quien es el que cobra una comisión más alta que sus competidores, Ovi Store (de Nokia), Mobile Store (de Windows) y Palm Pre Store (de Palm). Cabe mencionar que existen lineamientos que están regidos por estas marcas y que autorizan si se pueden publicar por parte de la app.

Dependiendo del tipo de app, las inversiones pueden llevar entre uno y dos meses de desarrollo, según la empresa colombiana <https://colombiagames.com> la cual tiene por actividad económica el desarrollo del contenido interactivo de startups para empresas y

clientes reconocidos tales como: La Universidad de Los Andes, Samsung, Nokia, Coca-Cola, Davivienda EPM, Transmilenio, Grupo SURA, considera que el precio de una app básica que esté destinada a una campaña y presenta un tiempo limitado de vigencia sin requerir de conectividad de más de 600 servidores y un tiempo de trabajo de 300 a 600 horas de producción no costaría más de 15.000 dólares. Por otro lado si se trata de una app de media complejidad y requiere conectarse con más de 600 servidores y tiene información actualizada de conectarse y compartir información entre usuarios, requiere más de 800 horas de desarrollo y costaría entre US \$ 20.000 y US \$ \$50.000 dólares entre otros posicionar app, mientras que una app de alta complejidad que llegaran a ser utilizados para video juegos o algún modelo de negocio que requieren gestionar el negocio constantemente requerirá más de 1200 horas de desarrollo y podría superar los US \$ 50.000 dólares dependiendo del tamaño de estudio de desarrollo, teniendo en cuenta esto si revisamos los ingresos operacionales de este modelo de negocio se puede considerar un escenario en donde se logre captar el 1% de los 100 millones de descargas al mes de apps de pago se podrá recibir hasta 1 millón de dólares.

CONCLUSIONES

- En particular, la planeación estratégica implementada al desarrollo de un modelo de negocio sin lugar a dudas es un fundamento sólido para proyectar el emprendimiento, sin embargo, en el país existen una serie de factores económicos, sociales, políticos, ambientales y jurídicos donde se generan riesgos y se dificulta entrar al mercado, la intencionalidad está en correr el riesgo y asumir que en un país como Colombia la estabilidad de un negocio dependerá del tiempo.
- En relación a lo antes expuesto, se evidencia ventajas en el mercado con las aplicaciones móviles por la alta demanda requerida a nivel mundial, donde las herramientas tecnológicas se convierten en un medio para favorecer las actividades de las personas.
- De este modo, las estadísticas demuestran que, llevar a cabo la idea de un modelo de negocio en Colombia sobre el desarrollo de una app se ha convertido en tendencia, puesto que se ha convertido en una forma de generar emprendimiento y de aportar a la economía y a la sociedad, esto sin contar con otros modelos de negocios que están en auge, como por ejemplo el diseño y desarrollo de las “startup”.

BIBLIOGRAFIA

- Magretta, J. (2002): «Why business models matter». *Harvard Business Review*. Vol. 80. No. 5.
- Osterwalder, A. (2004): «The business model ontology: a proposition in a design science approach». Tesis doctoral. Lausana.
- <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/Tecnura/article/view/6972/8646>.
- <https://colombiagames.com/cuanto-cuesta-desarrollar-una-aplicacion-movil/>.
- <https://www.wsj.com/articles/los-12-aparatos-tecnologicos-mas-influyentes-de-las-250ltimas-dos-d233cadas-1387405387>.



La presente obra está bajo una licencia:
Atribución 2.5 Colombia (CC BY 2.5)
Para leer el texto completo de la licencia, visita:
<http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/co/>

Usted es libre de:

- Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra
- hacer obras derivadas
- hacer un uso comercial de esta obra



Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).